

《两岸传媒》:两岸共同媒介的鲜活样本

谢清果

(厦门大学新闻传播学院 福建 厦门 361005)

摘要: 两岸传媒业的发展,需要有对话交流的平台,在这个背景下,《两岸传媒》应运而生。《两岸传媒》创刊三年来,切实地承担起沟通两岸传媒的业界、学界以及民间与政府的独特作用,有助于为两岸传媒业发展建言献策,一定程度上充当了两岸共同媒介的角色。

关键词: 两岸传媒 共同媒介

DOI:10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2014.11.009

传媒人的理想乐园 MEDIA PEOPLE'S PARADISE OF THOUGHTS
两岸传媒
Cross-strait Media
2012.09
MONTHLY
第6期/9月号
RMB ¥25 NT\$ 99
大陆版



中国评论通讯社的社长郭伟峰认为其创办的“中评社”具有共构性、两岸性、民族性已成为两岸名副其实的两岸共同媒体。他亦曾预言在两岸新闻界有识之士的推动下,具备“两岸共同媒体”形态与内核的新闻媒体会越来越多,在两岸关系不断发展的过程中,会形成一个与两岸关系共命运同呼吸的新型媒体群,会构成一个崭新的中华民族新媒体时代。诚然如斯!

《两岸传媒》2011年10月由海峡导报创刊,即由福建日报报业集团与台湾旺旺中时媒体集团共同创办的《两岸传媒》以一期两号的形式分别在大陆与台湾出版。2012年6月起福建日报开始专门成立两岸传媒杂志社,设立编辑部,并加以重新打造升级。2014年起《两岸传媒》改由福建日报报业集团与台湾文化创意产业联盟协会联合主办。多年来这本独特的刊物既达到了共同策划、内容共享的1+1>2的效果,又能体现两岸媒体的个性,满足两岸各自的阅读习惯和关注角度,可以说已开创性地实现了两岸共同媒体这一新型媒介形态。而这一独具特色的媒介形态日益成为全方位、多角度、宽领域展示两岸传媒的产制过程、制度规范以及交流合作的大道行思,将新闻报道、经验分享、观点阐发、问题思考、生活品读等融于一炉,巧妙地总结两岸传媒的过去,深耕两岸传媒的现实,探索两岸传媒的未来,是两岸传

媒业界、学界和其他关心两岸关系读者的必备宝典,也是了解、学习、研究两岸传媒的鲜活样本。

一、两岸传媒交流的见证者,全球传媒的风向标

《两岸传媒》通过“月读”、“两岸传媒活动日历表”来及时网罗两岸传媒资讯,展现两岸乃至世界传媒及其创意活动样态和专家学者的观点摘要;另设有“现场”版块来深描两岸传媒交流合作的事件,例如2012年9月报道了在福州举行的“第四届两岸媒体峰会”围绕“繁荣中华文化圈暨两岸媒体的责任和机遇”主题展开的



深入研讨主要观点。此外,杂志还设立“封面”版块独具匠心地策划了各个专题,如2012年7月号就以“微电影时代”为题,聚合众多学界业界名家纵谈微电影的佳作、营销、技术和未来等方方面面。2011年的创刊号就适时地从两岸关注视角关注辛亥革命,求索“一个中国”的文化认同,勇于担负起“两岸交流,媒体先行”使命。因此很自然地在创刊号中以巨大的信息来审视两岸传媒交流的历史与现实,观察两岸媒体和传媒人的生存样态,表达了两岸媒体共同致力于建构体现历史责任与职业追求的两岸传媒主流话语。如此《两岸传媒》事实上扮演着全景式俯瞰两岸乃至全球传媒风向标的重要角色。

二、架构两岸传媒“心桥” 联结业界学界,传播传媒热点

《两岸传媒》杂志的独特定位是为两岸提供传媒界、文化界、文创传媒产业、数据调查和世界观点的杂志,充当两岸传播、文化和文创重要的交流平台。她以“大传播”的宽阔视阈及时反映和挖掘两岸传播、文化与文创的经验,既有业界实践的理性升华,又有学界的批判性思考。例如杂志设立对话传媒领袖栏目,将业界的思索奉献给读者,例如专访项国宁,力求真实剖析新媒体环境下台湾报纸电视等传统媒体突围之路。也有许多奋战在传媒一线的记者、编辑、主持人等,他们或谈自己工作实践中的传媒思考,或以现身说法的形式谈自身的成长经历,凡此种种,无一不鲜活地将两岸传媒人生动生实地呈现在读者面前。例如2012年8月号设立有“传媒人”版块,分别从各个侧面分享了大陆媒体人王伟、曹林、王文、巴晓方以及台湾媒体人王伟忠、卢秀芳、潘怀宗、朱宗庆等人大处着眼小处着手的新锐观点;也设立“面孔”版块,以人物访谈的形式将传媒人黄晴雯、占才强的“独家”心得介绍给读者,令人深感亲切。此外,杂志还设立了“方法”版块,内含前沿、案例、方向、数据等栏目,既有宏观的理论思考,又有微观的实证研究。例如《社交电视“萌芽”》一文就对新兴的大陆社交电视发展模式进行了广泛探索。

甚至,杂志开始探索通过合作引导学界、业界培养传媒领袖的尝试,以确保两岸传媒的永续发展。今年5月《两岸传媒》积极与福建师范大学传播学院、台湾世新大学新闻传播学院联合组建“两岸媒介文化发展协同创新基地”,旨在搭建一个具有开放性、两岸合作特点的全媒体大型体验讲习基地。即将开办的面向大陆及台湾地区高校学生记者的“2013年两岸未来传媒领袖讲习所”便是其中应运而生开拓性项目。

三、省思世界传媒资讯,分享两岸传媒教育经验

《两岸传媒》怀有世界视野,中华立场,两岸关注的意识,及时关注和评论国际传媒事件与现象,第一时间地发出自己的声音,推动两岸传媒学界与业界的思考。杂志充分发挥了媒介的环境监测功能,自觉承担社会责任,对于事关两岸传媒长远发展的问题,都进行了前瞻性探讨。例如2013年第1期就刊文对“国际电信联盟”在迪拜(台湾译为“杜拜”)召开的国际电信世界大会加以评述,指出大会中的互联网管理分

歧,审思其背后的话语权争夺实质,提出树立“噪音隔离墙”以伸张自己话语权的主张。

为交流两岸传媒教育的经验,分享两岸传媒教育的理念与做法,杂志设立“教育”版块,既关注两岸传媒院校的办学特色,又阅读传媒院校当家人的风采。展现了生动活泼的两岸传媒教育状况。例如2012年6月号就分享了厦门大学新闻传播学院的从“三个转变”到“三个新转变”的浪漫式办学思路,同时阅读了时任常务副院长的黄星民教授那中庸而不失童心的独特风采。这些都让人印象深刻。

四、关注两岸传媒话题,建构两岸共同精神家园

《两岸传媒》忧思两岸传媒生态与传媒教育现状,把脉两岸传媒业界与学界,客观展示成绩与不足,充当推动两岸传媒奋进的“牛虻”。例如林谷芳撰文《两岸在人文上都患有国际接轨的迷思》质疑西方文化进化论的新殖民现象,期待两岸站在人文反思的高度去深思国际接轨问题。尤其值得一提的是,杂志专设“主题”版块,对两岸传媒领域关注的重要问题进行专题讨论,例如2012年第10月号就设有“两岸20大原创数位影音力”,介绍了两岸数位文创诸多富有创造性的工作,总结过去,启迪未来。同年第11月号则关注“新媒体时代广播的发展路径”问题,为新媒体时代的广播发展建言献策。同年第12月号则以“掌上APP翻转名人生活”为题,从生活方式的视角以名人作为例适时关注近年来新出现的APP现象等。如此就将两岸共同关注的传媒领域新现象和新问题突出地表现出来,以使之成为彼此共同话语。此外,杂志还设计了“家园”版块关注两岸衣食住行一些轻松又有趣味的话题,分享既似乎在传媒领域之外,又在传媒视野之内的两岸人民生活体验和情趣等,从而不知不觉中营造共同意义空间。

五、华美转身,致力于推动两岸文创交流与合作

从2014年第1期总第21期开始,《两岸传媒》由于未能与台湾旺旺中时媒体集团继续合作,转而与台湾文化创意产业联盟协会联合主办。据了解,虽然旺旺中时媒体集团高层领导对这一刊物很认同,无奈由于台湾媒体重商业运作,一时还没能找到营利模式,同时两岸媒体理念与运作方式的差异等因素,只能遗憾地中断了合作,虽然双方关系融洽,坦诚相待。据大陆这边的主编叶秀月女士介绍,经过跟台湾许多媒体的沟通交流,以及对刊物自身发展定位的重新思考,终于找到了合作伙伴——台湾文化创意产业联盟协会。彼此将利用刊物这一平台,推动两岸文创交流与合作。目前正在酝酿包括刊物营销、两岸文创活动策划等一系列活动,以扩大刊物在业界、学界各领域的影响。

纵观已出版的前6期来看,文创专题已成为主打话题。如2014年第1期刊发了有台湾文创之母称号的李永萍女士的专访。李女士希望2014年成为“两岸文创年”,她直言台湾的创意思维与整个营运面将对大陆文化创意产业有所贡献,并畅谈了对文创城市和文创政策、文创人才培养等方面的卓越见解。同期,台北编辑部策划了2014两岸文创年十大关键

词:三中全会、创柜板、新型城镇化、自由贸易试验区、两岸文创园区、服贸协议、中国梦、鼓励民间资本投资文创、智慧财产权、智慧城市,高度提炼了两岸文创事业相关的主题,指明了两岸文创合作的机遇和挑战。第2期对话传媒领袖栏目,对话派格太合泛在文化传媒有限公司总裁孙健君。孙总认为“所有人都参与文化是最好的文化”,以此表达了他对文创产业的看法。同时还特别企划了“文创市场 两岸共谋福利”专栏,刊载了一组理论文章,设计了“预见两岸设计之都”专栏,介绍了深圳、上海、北京、台北四地创意产业发展的亮点。第3期对话台湾影音科技公司董事长兼执行长黄宝云女士。该公司业务中最突出当属与台北故宫合作古画动漫,可以说公司将动漫与书画的融合做得风声水起,经验值得借鉴。同时还刊发了林建元的《财金双重诱因 文创产业大利》和江绍雄的《“艳遇中国”的创意承载》理论文章。第4期更是刊发了中国九洲文化传播中心副主任王杰的《台湾文化创意产业发展的启示》一文,从以下八个方面归纳了台湾文创产业发展的经验:1.正确发挥政府部门的作用;2.做好文化资源整合和文化环境建设工作;3.企业家与艺术家跨界合作;4.立足本地、民众参与;5.培养文化创意人才;6.保护知识产权;7.建立投融资机制;8.全力打造国际化的文化创意品牌。而第5期中则刊发了北京大学艺术学院副院长向勇对大陆文创产业自我反省的文章——《大陆文化产业园区欠缺人文味》,告诫政府:“要坚决警惕文化产业园建设充斥三种异味:挂羊头、卖狗肉、地产化的血腥味、低端机械复制化的机油味、过度文化金融化的铜臭味,逐步恢复文化产业园区‘人文’味道,真正实现文化产业园区存在‘文化聚落’、‘创意集聚’、‘产业集群’之间的循环再生。”第6期则开设“青春文创力”栏目,着力介绍两岸设计院系学生的毕业作品,以见证青春文创力,展望大中华文创美丽愿景。这样,让读者的目光凝聚到文创人才培养方面,毕竟人才培养是文创事业发展的基础和灵魂。

如此,我们不难发现,2014年切切实实成为了《两岸传媒》的“两岸文创年”,良好的开端成功了一半,用创意思维来办《两岸传媒》这个平台的路当能越走越宽阔!

六、关注新媒体,探讨新媒体时代新旧媒体的生存之道

当下是新媒体时代,毋庸置疑。传媒人要做的是如何应对时代变化给传统媒体带来的挑战与机遇。《两岸传媒》杂志自然不会无视这个“三千年未有之大变局”,积极传达两岸传媒人有关新媒体的精锐思想。2013年第12期刊发了郭全中博士的《移动互联网时代的并购潮》,文章认为“传统媒体业的并购将更为活跃,而且互联网媒体也必将会开始对传统媒体业的并购!”同期谭天教授在《传统广电转型之误区》中呼吁面对新媒体的挑战,“新型广电面对的不仅是受众而是用户,我们不仅要去做新闻,而且还要做产品,我们不仅要去做内容,还要做服务。”2014年第5期(总第25期)也刊载新华社港澳部副主任陈斌华的《新时代的新媒体依赖》一文,他以台湾反服贸学运为例,认为“新媒体真的‘狼来了’”,而且其影响已超出新闻传播范畴,涉及社会运动、公共政策、政府管理

等更广泛的领域。”

综上所述,笔者以为《两岸传媒》无形中正着力打造为实现两岸传媒资讯一体化提供真知灼见的平台。杂志基于其自身鲜明定位,集聚了一大批两岸业界和学界的精英成为其顾问和特约撰稿人,他们凭借其长期从事两岸传媒业务和理论的探索,可以说是推动两岸传媒继续深入交流合作的“意见领袖”。他们常以两岸传媒交往的亲历者的身份来畅谈两岸传媒交流合作的过去、现在和未来。例如大陆首批赴台驻点采访记者陈斌华撰文《有“点”不正“常”》回顾了两岸新闻交流的历程,表达了两岸新闻交流理当从“易”的常轨先破局,而后循序渐近寻求破解媒体落地等“难题”,高瞻远瞩。台湾交通大学的郭良文教授则在《智慧城市的追求与瓶颈》一文中分享了大陆学者对“智慧城市”这一新理念的见解,同时也提出他的观点:“当视听文化的创意能结合科技与文化、人性与环境,才能真正有智慧。”如此持续下去,必定能让两岸传媒业能够更加相互了解,相互理解,相互沟通,相互促进,形成一种你中有我,我中有你的“双赢”局面。

纵观三年来,《两岸传媒》的办刊历程,已经实现和正在继续实践其在发刊词中的期望:“《两岸传媒》要做的就是,和您一起,站在特定的时空高度,用客观立场,遴选与报道能入您法眼的两岸信息、观点和意见,旨在为忙碌的您,搭建一个纵览两岸传媒风去的瞭望台,为您读懂两岸传媒、研究两岸传媒提供真知灼见。”并实现着由“媒体的思想乐园”向“媒体创意人的思想乐园”这一办刊主旨的深化。

我们深知两岸传媒交流合作是两岸继“三通”之后的更为基础更为重要的“第四通”——“信息通”,唯有“信息通”,两岸人民的心才会“通”,两岸间的“政治互信”也才可能水到渠成。而在这个过程中,两岸传媒业者应当以更加积极开放的心态来探索类似于创办《两岸传媒》杂志这样“两岸共同媒介”的好方式,先行先试,开拓两岸传媒更广阔更深入更持续地交流合作的新境界,为此,我们甚至可以以此为基础来建构“闽台传媒特区”,从而将两岸传媒互设办事处这样的具体事务以新的高度来化解横亘在两岸传媒业间的障碍,让两岸传媒业者手拉手,心连心,共谱两岸传媒业的崭新篇章。

基金资助:论文系福建省社会科学规范重点项目“闽台传媒特区与两岸政治互信研究”(编号:2013A025)和厦门大学传播学系党支部活动立项“两岸关系和平发展时期涉台媒体的传播策略探究——以厦门卫视改版、《两岸传媒》为例”的研究成果。

作者简介:

谢清果 厦门大学新闻传播学院副教授,博士生导师,两岸关系和平发展协同创新中心副教授,《中华文化与传播研究》主编。